

NOTA INFORMATIVA

IV Encontro co Sector Agroalimentario Galego

VEGALSA-EROSKI DESTINÓ CERCA DE 200 MILLONES DE EUROS A COMPRAS DE PRODUCTOS GALLEGOS EN 2009

- **En su conjunto, EROSKI realizó compras por valor de 336 millones de euros a las PYMES agroalimentarias gallegas y mantuvo acuerdos de colaboración con 368 proveedores de la Comunidad.**
- **La compañía reunió en Santiago a más de 150 empresas de la industria alimentaria y denominaciones de calidad.**
- **El presidente de Freixenet y del Foro de Marcas Renombradas Españolas, José Luis Bonet, y el consultor y ex directivo de Wal-Mart, Víctor Suárez, intervinieron en el Encuentro.**
- **Entre los objetivos para el actual ejercicio, Vegalsa-Eroski apostará por la relación calidad-precio y buscará nuevas oportunidades de crecimiento que le permita mejorar su competitividad.**

El grupo gallego de distribución alimentaria, Vegalsa-Eroski, cifró en 199 millones de euros las adquisiciones realizadas a proveedores gallegos durante el año 2009, lo que supone un incremento de más del 9,34% frente a los datos del ejercicio anterior. Así lo anunció hoy el director general de la compañía, Joaquín González Iglesias, en el *IV Encontro co Sector Agroalimentario Galego* celebrado en el hotel Puerta del Camino de Santiago de Compostela, en un acto que estuvo presidido por el conselleiro de Medio Rural, Samuel Jesús Juárez Casado, y en el que intervino el presidente de Freixenet, José Luis Bonet, hablando sobre “una estrategia global de éxito”. A la reunión asistieron dos centenares de representantes del sector.

En su conjunto, EROSKI realizó compras por valor de 336 millones de euros a las PYMES agroalimentarias gallegas, dentro de su continuada apuesta por apoyar las economías regionales, y mantuvo acuerdos de colaboración con 368 proveedores de la Comunidad.

El presidente de Freixenet y del Foro de Marcas Renombradas Españolas, José Luis Bonet, intervino en el Encuentro reflexionando sobre los factores y pasos necesarios para conseguir hacer de Freixenet “una empresa global”; además de hacer un repaso por los antecedentes, fundación y consolidación de la compañía que preside. También participó en la sesión el consultor y ex

directivo de Wal-Mart, Víctor Suárez, quien centró su exposición en las “Mejoras prácticas de la industria y la distribución”.

Un ciclo económico difícil que exige mejorar la oferta básica

El director de compras de la compañía, Jorge Eiroa, hizo referencia al complejo ciclo en el que está inmersa la economía mundial destacando la contracción de la demanda, muy acusada en el último cuatrimestre, y al recrudecimiento de la competencia entre los distribuidores y destacó que *“es necesario mejorar la eficiencia ante la reducción progresiva y generalizada de los márgenes y mejorar también la oferta básica”*. En este marco económico financiero, la colaboración con los proveedores supone para Vegalsa-Eroski un factor estratégico de cambio para convertirse en *“la tienda preferida por los gallegos para comprar”* y se mostró convencido de que *“la cooperación conducirá a una oferta ganadora”*.

Un consumidor más selectivo que prioriza necesidades

El consumidor se vuelve más racional, planificando su lista de la compra de manera que mantiene y prioriza los productos que considera esenciales y visita más tiendas para comparar precios y promociones. También reparte más su compra, es decir, se compra más el “día a día” según la necesidad, aumentando la frecuencia de visitas al supermercado y descendiendo las del hipermercado.

Estas tendencias, sumadas al contexto económico actual, han influido en los datos generales del mercado en el ejercicio 2009 con un descenso en el precio de la cesta, provocando que el mercado de productos básicos crezca menos que en el 2008, pero con una evolución positiva de la demanda, que se vio incrementada en un 1,5%. En lo referido a la alimentación envasada, ésta creció por encima del resto de sectores, alcanzando un 49,4% del total de la compra, seguida por los productos frescos, que significan el 36,2% y del 14,5% correspondiente a la droguería y perfumería.

Apuesta por los productos gallegos con sello de calidad

Vegalsa-Eroski continúa incrementando la compra a proveedores de Galicia, con un aumento del 9,34 % con respecto a 2008, lo que la ha llevado a posicionarse como la *tienda de los productos gallegos*.

En cuanto a las categorías más representativas en las transacciones con distribuidores gallegos, las carnes superan ampliamente a las demás tipologías alimentarias. Así, su adquisición supuso más de 42 millones de euros (2 millones más que en 2008). Le siguen de cerca las frutas y hortalizas con 19,4 millones y la charcutería.

Además, durante 2010, la cadena comercial tiene previsto potenciar y ampliar la gama de productos gallegos, así como el apoyo a todos aquellos alimentos amparados bajo denominación de calidad agroalimentaria.

Calidad y eficacia al mejor precio

El objetivo de Vegalsa-Eroski para 2010 es ofrecer al cliente eficacia y eficiencia al mejor precio en la cesta básica, así como seguir ganando cuota de mercado mediante una oferta atractiva.

La compañía prevé mejorar la experiencia de compra reduciendo los tiempos de espera, ampliar el surtido de productos y marcas a adquirir y potenciar el merchandising de seducción en el punto de venta e impulsar el reclamo de las secciones. Así mismo, se potenciará el desarrollo de formatos porción-consumidor en alimentos cárnicos y se mejorará la calidad de los productos frescos, garantizando la cadena de frío al 100%.

La atención al cliente será otro de los pilares que sustentará la estrategia empresarial de la compañía. Escuchar a los consumidores habituales será fundamental para determinar lo que busca, valora o induce a volver al cliente. Para ello se colocarán carteles valorativos en todas las cajas de cobro para que el consumidor pueda realizar comentarios sobre el servicio recibido.

La consolidación del crecimiento

Vegalsa-Eroski cuenta en Galicia con 234 establecimientos entre propios y franquiciados, bajo las enseñas de Eroski/center, Eroski/city, Autoservicios Familia, su franquicia Aliprox, y los establecimientos Cash Récord especialistas en Hostelería, cuyas aperturas prevé incrementar en el próximo ejercicio potenciando el desarrollo de la marca Servihotel. Su estructura comercial en nuestra comunidad se extiende por las cuatro provincias gallegas y cuenta con una moderna plataforma de mercancías generales, situada en Sigüeiro, A Coruña, dotada con tecnologías logísticas de última generación, además de la plataforma de productos frescos de A Coruña y centros de redistribución en Vigo y Ourense. El Grupo Eroski, que participa en Galicia en Vegalsa y directamente con 6 hipermercados, es el segundo operador nacional de la distribución alimentaria con presencia en toda España. Su red comercial se compone de hipermercados EROSKI, supermercados Eroski/Center, autoservicios Eroski/city, agencias de viajes, gasolineras y plataformas de distribución.

Para más información:

Montse Calvo

Comunicación corporativa Vegalsa-Eroski

Tels: 629 82 82 36/ 981 59 66 12